

tecnologías aparecen como uno de los agentes de cambio más importante en la modificación de la organización del trabajo, en un intento de maximizar el tiempo de trabajo y de reducir a cero los errores humanos. Sin embargo, observamos que en el mundo editorial la fuerza de trabajo humano sigue siendo el capital imprescindible para cualquier desarrollo editorial: No hay ningún recurso tecnológico que pueda suplantar la creatividad, aún cuando los procesos de trabajo han sufrido grandes cambios y nos obligan al desarrollo de nuevas destrezas técnicas.

Decir en voz alta algunas de las nuevas tendencias en el mundo editorial es parte de nuestra tarea en esta exposición y dando cuenta de un nuevo contexto donde hoy los diseñadores, directores de arte, ilustradores, fotógrafos, etc. trabajan en forma profesional para mercados internacionales, un proceso de globalización que no se detiene.

* Lic. En Ciencias de la Comunicación Social, UBA. Socia / Editorial El Punto sobre las ies. Ciudad de Buenos Aires, Argentina.

** Diseñadora Gráfica. Socia / Editorial El Punto sobre las ies. Ciudad de Buenos Aires, Argentina.

O Design na Indústria Moveleira do Brasil (r046)

Andréa de Almeida Lourenço*

Este artigo traz um levantamento sobre a indústria moveleira do Brasil e seus principais pólos industriais, que localizam-se principalmente na região centro-sul do país, em torno de sete pólos regionais. Faz-se um comparativo entre as micro e pequenas empresas brasileiras e as médias e grandes, assim como seus potenciais de exportação e mercado consumidor.

O setor moveleiro no Brasil é constituído basicamente pelas pequenas e médias empresas, sendo um forte consumidor dos recursos naturais renováveis, como a madeira ou chapas de madeira reconstruída, visto que a madeira é o insumo básico dessas empresas. Elas geralmente utilizam equipamentos com poucos recursos, o que reduz a sua escala de produção. Já as grandes e médias, utilizam equipamentos automatizados com plataformas de projetos em CAD/CAM (projetos auxiliados por computador), contratando designers para aumentar as suas linhas de produtos.

A base florestal brasileira contempla não somente florestas nativas, mas também florestas plantadas e cultivadas, provenientes de reflorestamentos. O crescimento da utilização de madeiras provenientes dessas florestas cultivadas deve-se principalmente ao fato da restrição à exportação da madeira bruta, pois em alguns países há proibição desse tipo de insumo, fazendo com que as fibras dessas madeiras transformem-se em matéria-prima de chapas produzidas industrialmente, sobretudo o MDF (medium density fiberboard), e não mais a madeira bruta, para a fabricação da maioria dos móveis brasileiros.

Com o aumento nas exportações, a indústria desenvolveu sua capacidade de produção melhorando significativamente a qualidade dos seus produtos. Assim, a utilização de tecnologias mais avançadas, matérias-primas mais sofisticadas aliadas à maior qualidade dos produtos, têm promovido a produção de móveis da indústria brasileira.

É destacada também no artigo a tendência do design brasileiro, como a falta de um design que traduza fielmente a cultura nacional, suas fontes de inspiração e de criação de novos produtos e suas limitações dentro do processo de produção. É feito também um levantamento dos principais materiais utilizados pelas indústrias, como por exemplo o compensado e o MDF, e a utilização do pinus e eucalipto como madeira de reflorestamento, comentando-se um pouco sobre cada um deles, sobre o tipo de resíduo que é gerado, como cavacos e pó de serragem, e o que está sendo feito para não haver desperdícios desses materiais e nem poluição no meio ambiente.

Mostra que com o crescimento da conscientização de um desenvolvimento sustentável com qualidade de vida, o Ecodesign traz novas tendências e rumos para o design de móveis, tanto em materiais como em tecnologias, não só no Brasil, mas em todo o mundo. O uso de materiais e processos alternativos nessa indústria vem suprimindo aos poucos as necessidades de produtos projetados levando em consideração uma produção mais limpa.

* Bacharel em Desenho Industrial - Projeto de Produto. UFRJ - Brasil, Rio de Janeiro, RJ.

O hipermídia “Fundamentos da cor” (r047) Aspectos conceituais e técnicos

Berenice Santos Gonçalves*

O artigo proposto discorre sobre o ambiente hipermídia “Fundamentos da cor”. Este tem como principal objetivo abordar o fenômeno cromático, indicando de modo sistêmico, os diferentes campos que colaboram para sua compreensão. Assim, mesmo ciente da complexidade do tema, buscou-se, ao longo do projeto destacar os fundamentos da teoria da cor direcionada a área de Projeto Gráfico.

O hipermídia “Fundamentos cor” configura-se como um desdobramento do Projeto AVA-AD (Ambientes Virtuais de Aprendizagem em Arquitetura e Design) e como uma continuidade da Pesquisa de doutorado desenvolvida pelas autoras, entre 2000 e 2004, intitulada, “Cor aplicada ao Design Gráfico: Um modelo de núcleo Virtual para aprendizagem baseado na resolução de problemas [PPGEP/UFSC].

Os conteúdos apresentados no referido hipermídia enfatizam os fundamentos físicos, fisiológicos e cognitivos da cor, os princípios de organização cromática no espaço bidimensional, estratégias de harmonia e contraste. As relações entre cor, modelos de representação e tecnologias também são destacadas tendo em vista a importância desse tema para a área de design gráfico.

Ao longo dos tópicos de conteúdos são disponibilizados dicas, sugestões de estudo, artigos e bibliografia para aprofundamento dos assuntos, e exercícios, que podem ser realizados individualmente, em grupo ou explorados num contexto formal de sala de aula.

O CD “Fundamentos da cor” poderá ser utilizado como apoio ao processo presencial de aprendizagem ou usado de forma integrada à atividades colaborativas à distância. Portanto, é um material flexível que pode ser explorado em contextos formais, em processos individuais de aprendizagem e tem como público alvo estudantes e profissionais que se utilizam da linguagem gráfico-visual em sua atuação profissional, sobretudo, designers, arquitetos, fotógrafos, arte finalistas e professores dessas áreas.

* Mestre em Artes na área de Cor. Doutora em Engenharia de Produção na área de Cor e ambientes virtuais de aprendizagem.

Otimização da modelagem para comércio exterior europeu e americano (r049)

Germana Maria Fontenelle Bezerra* y Maria Rafaelle de Moura Silva**

O trabalho a “Otimização da modelagem para comércio Exterior - europeu e americano”, numa empresa do segmento de moda praia e aeróbica, objetivando analisar como vêm sendo realizadas as negociações com o comércio exterior e como aprimorá-las para uma melhor e maior atuação neste mercado. Embora o foco da pesquisa tenha sido a adaptação da modelagem às medidas estrangeiras, foi realizado um diagnóstico da empresa no que diz respeito à qualificação da produção industrial voltada para a exportação da marca, abrangendo todos os setores da empresa.

* Ms. Universidade Federal do Ceará.

** Graduanda. Universidade Federal do Ceará.

Pesquisa e Gestão do design no trabalho do estilista (r050)

Francisca Danielle Araújo de Souza*

“Estética industrial, design, o mundo dos objetos está doravante inteiramente sob o jugo do estilismo e do imperativo do charme das aparências. O passo decisivo nesse avanço remonta aos anos 1920-1930 quando, após a grande depressão nos EUA, os industriais descobriram o papel primordial que podia ganhar o aspecto dos bens de consumo no aumento das vendas: good design, good business”. (Lipovetsky, 1989:164).

O presente trabalho trata da pesquisa e da gestão do design voltado para a Moda, mais precisamente no processo industrial que vem se desenvolvendo no Brasil, sobretudo com o advento das faculdades de Moda que profissionalizam o setor. Buscou-se evidenciar como

esses dois vetores são importantes na elaboração de um produto para um resultado favorável junto ao mercado. Para tanto é necessário o bom entendimento do micro e macro ambientes que envolvem a atmosfera de pesquisa e desenvolvimento de um produto assim como a sua sustentabilidade.

O design, juntamente ao marketing, assumiu na atualidade grande importância como um elemento de inovação e agregação de valor, constituindo identidades e até mesmo imagens de marcas no mercado. Como um bom exemplo, temos a indústria do vestuário, que também vem desenvolvendo-se positivamente. Este fato torna-se evidente nos últimos quinze anos com a efervescência dos eventos

e a ascensão da moda brasileira através da evolução das marcas e conseqüentemente, do seu design.

Mário de Araújo em seu livro *Tecnologia do Vestuário* afirma que “... o design de hoje terá que ser um gestor com responsabilidades na tomada de decisão, planejamento e política empresarial”. (Araújo, 1996:04) O que Mário de Araújo quer dizer é que o profissional desta área, que trabalha na confecção de hoje une duas dimensões complementares: Design e Marketing. Aquele diz respeito a concepções, pesquisas, projeto que melhoram os produtos; este trata do desenvolvimento de estratégias e políticas de comercialização que possam ser percebidas pelos clientes como diferenciais agregando desta forma valor ao produto.

Segundo dados do Sindicato das Indústrias de Confecções do Estado do Ceará, nos últimos anos a Indústria de Confecção Cearense evoluiu bastante investindo em novos métodos e processos de produção, na pesquisa, na busca de novos mercados e, sobretudo na adequação de seus produtos ao consumidor. Todas essas mudanças se devem aos avanços tecnológicos e as alterações no comportamento do consumidor, que vem influenciando substancialmente nos mercados. Nosso estado possui hoje 3 mil empresas gerando 60 mil empregos diretos. Somente no período de janeiro à US\$ 7,5 milhões. Esses dados somente apontam para a grande importância do setor para economia do estado.

Este é apenas um reflexo do que vem acontecendo no Brasil, desde o surgimento das faculdades de Moda. Estas escolas iniciaram o processo de profissionalização do setor que passou a aprofundar conhecimentos e conceitos aplicando-os diretamente no mercado de trabalho. O que se vê desde a década de oitenta até o presente momento é a ascensão crescente da profissão de Estilista Industrial.

Este profissional veio exatamente coordenar, de forma complementar os vetores: Moda, Design e Marketing. Ou seja, trabalhar a gestão desses vetores.

Trabalhar com a gestão do design significa um trabalho árduo de pesquisa constante a fim de se identificar desejos e desenvolver as melhores ofertas aos diferentes mercados do vestuário. Para tanto devemos considerar dois pontos fundamentais: macroambiente e microambiente. O primeiro envolve questões econômicas, culturais, tecnológicas e legislativas que vão influenciar direta e indiretamente o desenvolvimento e lançamento de produtos e serviços. Já o segundo está diretamente ligado ao ambiente da empresa e suas possibilidades